

ハウコム

3275 東証 JASDAQ

<http://www.housecom.co.jp/ir/>

2016年6月29日（水）

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
角田 秀夫

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 3期連続増収増益、AI 物件検索やリフォーム進出など新機軸に注目

ハウコム <3275> は、賃貸住宅の仲介及び周辺サービスを行う大東建託 <1878> グループの会社である。営業収益は不動産賃貸仲介事業（50.7%）と仲介関連サービス事業（33.0%）が柱である。住宅需要の高い首都圏と東海圏を中心に直営 152 店舗（2016 年 3 月末）を展開する。賃貸住宅の仲介件数では業界 4 位である。

ビジネスモデルは直営店の展開が基本となる。店舗数が増えると仲介の成約件数も増え、周辺サービスも含めた事業規模が拡大する。出店には初期投資や人材育成、成長途上の期間の負担などがあるため、年間 8 ～ 10 店増が適切なペースである。地域密着を重視する方針を打ち出しており、独自のグループ制のもと複数店舗を担当するグループマネージャーが地域特性を反映した運営を支援する。

同社は先進技術やインターネットを積極的に活用し、顧客接点のレベルアップを図ってきた。昨年の成果として AI（人工知能）を使った物件検索サービス、チャット形式でのやり取りができる「マイボックス」システム、オンライン内見システムなどであり、賃貸仲介の業界では一歩先を行く。

2016 年 3 月期通期は 3 期連続の増収増益を達成した。営業収益は 9,306 百万円（前期比 7.4% 増）、営業利益 808 百万円（同 49.8% 増）となり、いずれも過去最高を更新した。新店出店（純増 9 店）とともに、リフォーム事業に参入したことも増収を後押しした。また営業費用の抑制に成功したことが増益の一因となった。2017 年 3 月期通期も昨年同様に増収増益を予想する。

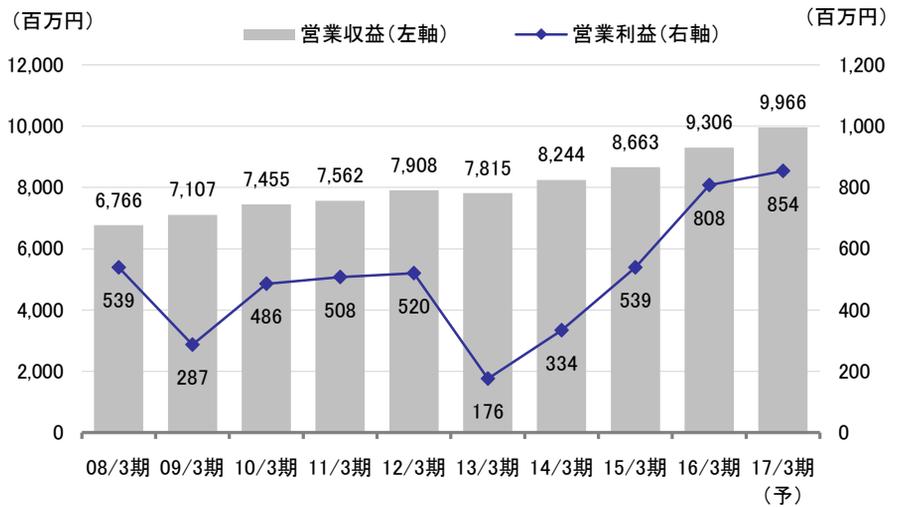
本来 2016 年 3 月期は旧中期経営計画の初年度であったが、最終年度の営業利益目標 760 百万円をクリアしてしまったため、新中期経営計画が策定された。“賃貸仲介業”から“賃貸サービス業”に進化し収益源を多様化し、3 年後の 2019 年 3 月期に営業収益（売上高）10,990 百万円、営業利益 970 百万円、期末店舗数 174 店を目指す。既にリフォーム事業を千葉県で開始し、初年度営業収益は 175 百万円となった。日頃からの家主との接点を活用し、原状回復工事や小規模リフォームなどを一部内製で行う。当面は本業で進出している都道府県で各県一営業所体制を目指し拠点を増やす。賃貸仲介事業以外のサービスの柱の 1 つとしてじっくり育てる考えだ。

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」を継続してきた。2016 年 3 月期の配当金は年 49.0 円と 3 年連続となる増配となった。2017 年 3 月期もこの流れが続くと予想され年 52.0 円を見込む。

■ Check Point

- ・新規出店（10 店）が増収に寄与、費用抑制も奏功し増益
- ・インターネットを積極活用し顧客の利便性向上、AI による物件検索を今期導入
- ・中期経営計画前倒し達成、新 3 ヶ年計画期間にリフォームなど収益源の多様化を進める

通期業績の推移



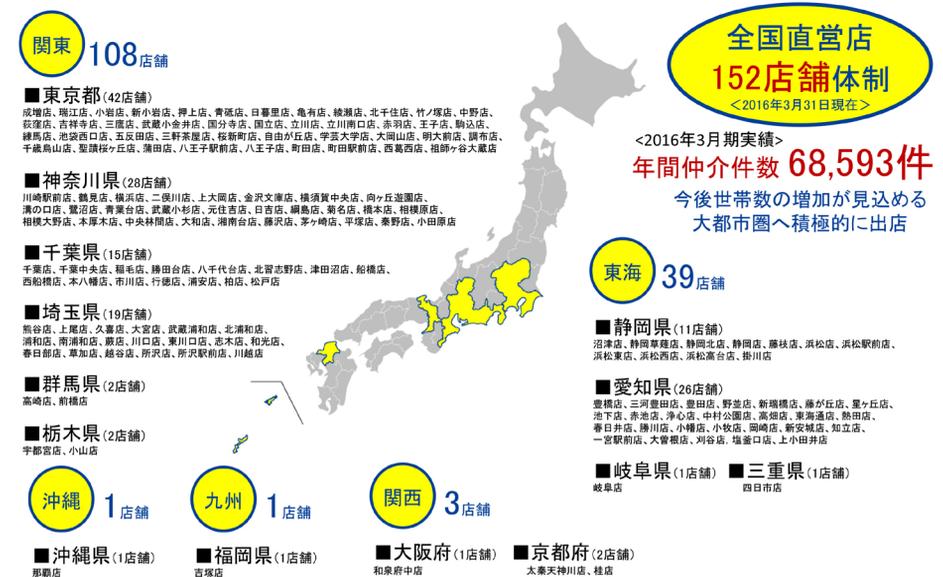
■ 会社概要

首都圏と東海圏を中心に直営店展開、賃貸仲介件数で業界4位

(1) 沿革

同社は、1998年に大東建託の100%出資子会社として、賃貸建物の仲介斡旋を事業目的に設立された。2003年に現在の(株)ジューシー情報センターから、首都圏及び中部圏の62店舗の営業権を取得し、店舗網の基盤とした。直営店の新規出店とともに、周辺業務(損害保険代理店・リフォーム工事取次・引越取次・広告代理店など)を取り込み、順調に業績を伸ばしてきた。関東と東海を中心に出店しており、全国152店の直営店を持つ(2016年3月31日現在)。

店舗展開



2016年6月29日（水）

(2) 事業概要

同社の事業は、「不動産賃貸仲介事業」と「仲介関連サービス事業」が柱であり、営業収益の83.7%（2016年3月期）を占める。「不動産賃貸仲介事業」は、住宅を探す個人に対して、アパートやマンションの賃貸物件を紹介し、成約時に不動産仲介手数料を得るサービスである。営業収益構成比は50.7%（2016年3月期）であり、同社事業の中核である。「仲介関連サービス事業」は、家主及び入居者の不動産仲介に伴って発生するニーズに対応した事業である。広告代理店手数料、リフォーム・リノベーション、鍵交換、損害保険、ブロードバンド/CATVサービスなど多岐にわたり、営業収益構成比は33.0%（2016年3月期）である。住む人と部屋をつなぐという点では両事業は類似する事業である。

事業の内容と構成

事業セグメント	概要	売上構成
不動産賃貸仲介事業	個人向け住宅の賃貸手数料	50.7%
仲介関連サービス事業	広告代理店手数料 リフォーム・リノベーション、鍵交換、損害保険、 ブロードバンド/CATV、その他	33.0%
その他事業	貸会議室 データ作成業務 その他	16.3%

出所：会社資料よりフィスコ作成

※16/3期

(3) 事業環境とポジション

賃貸仲介市場は、世帯数の推移に影響を受ける。国立社会保障・人口問題研究所によると、首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）及び愛知県においては、2025年まで世帯数が増加し、それ以降の減少ペースも他の地域よりも緩やかになると予測されている。同社の直営店舗は、首都圏と東海圏に集中しており、市場の成長を取り込める環境にある。

また、世帯の中でも単独世帯が増加する傾向が続く。同社のワンルーム（1DK、1LDK含む）の契約数は全体の約6割であり、顧客層の増加が期待できる。

国土交通省によると宅地建物取引業者の数は個人営業が減り、法人営業は増える傾向にある。特に賃貸仲介ではチェーン化した企業グループが業界内のポジションを高めている。同社は、週刊全国賃貸住宅新聞が発表した賃貸仲介件数ランキング（直営店のみ、2014年10月－2015年9月）において、大東建託（1位）、（株）エイブル（2位）、（株）ミニミニ（3位）に次ぐ4位に位置している。競合他社には、仲介手数料を半額にするなど価格面の競争を指向する不動産業者もあるが、同社はサービス内容の充実を図ることで顧客満足度を高め、価格競争を回避している。

業界ポジション

順位	社名	仲介件数
1位	大東建託	15万6151件
2位	エイブル	15万2978件
3位	ミニミニ	14万8986件
4位	ハウスコム	6万7369件
5位	東建コーポレーション	6万5959件
6位	ハウスメイトパートナーズ	6万4885件
7位	タイセイ・ハウジー	5万1532件
8位	大和リビング	4万5719件
9位	常口アトム	4万2850件
10位	アパマンショップリーシング	4万 420件

**直営店舗による
賃貸仲介件数**
業界4位

週間全国賃貸住宅新聞
2016年1月4日号
「賃貸仲介件数ランキング」
を基に当社作成
※集計期間2014年10月
～2015年9月末

出所：決算説明資料

■ 直営店展開と一歩先を行くネット活用
地域密着を重視
(1) ビジネスモデルの特徴1：直営店舗

同社のビジネスモデルは直営店の展開が基本となる。店舗数が増えると仲介の成約件数も増え、周辺サービスも含めた事業規模が拡大する。ただし、出店時の費用や人材育成、成長途上の期間の負担があるため、年間の出店可能数は10店舗前後が適切なペースである。同社の出店のモデルケースでは、おおむね出店から2年目に営業収益が増加し、5年目には高位安定するという成長軌道を描く。店舗網を一定ペースで拡大しながら、並行して、将来的な成長率の低減に備えて新商品や新規事業の開発を進めることが同社の基本戦略だ。

同社は、“不動産取引は地域性が強く、マニュアル化したオペレーションや本部から店舗への上意下達による中央集権的店舗運営では、十分な集客や顧客満足は得られない”という考えから、直営店でありながら、画一的な統一オペレーションを取らない。地域密着を重視する方針を打ち出しており、販促・広告においても地域特性に合った方法を選択し、また、店舗での接客も地域の実情に応じたやり方で行う。具体策の1つとしては、グループ制のもと4～5店舗を担当するグループマネージャーが各店舗・エリアがそれぞれ行う取り組みを全社方針の下に適切にコントロールする。

2016年6月29日（水）

(2) ビジネスモデルの特徴 2：一歩先を行くネット活用

消費者の物件選びにおいてインターネットの重要性は増している。より安心できる業者から、より効率的に、より自分に合った物件を賃貸したいという消費者心理から、店舗来店の前にじっくりネットで調べることは当たり前になっている。来店後もネットを介したコミュニケーションを好む消費者が多い。同社では過去1年に積極的に新技術を取り入れ、顧客接点のレベルアップを図ってきた。a) AI(人工知能)を使った物件検索サービス、b) 店舗ホームページに全スタッフ写真掲載、c) Web来店予約システム、d) チャット形式でのやり取りができる「マイボックス」システム、e) オンラインのライブ中継内見システム、など賃貸仲介の業界では一歩先を行く5つのシステム・サービスだ。

a) AI(人工知能)を使った物件検索サービスは、ITベンチャーのイタンジ(株)と共同制作されたものでクラスター解析やディープラーニングなどの先端技術を使い、3項目(住みたい場所、希望家賃、お部屋の広さ)を選ぶだけで人工知能がお勧め物件を自動で提案する。膨大な過去の成約事例がデータとして蓄積されており、使えば使うほど精度が高くなる学習するシステム。今後の進化が楽しみなシステムだ。

b) 店舗ホームページに全スタッフ写真掲載の目的は、来店前の顧客の不安の払拭である。店内の様子や全スタッフの集合写真、各スタッフの個人写真を掲載し、安心して来店してもらえるインフラを整える。

c) Web来店予約システムは、今まで電話やメールで行っていたために営業時間内でないと予約が完了しなかったため手間となっていた来店予約を、24時間Web上でできるようにしたものだ。

d) 「マイボックス」システムは、チャット形式でスピーディーにやりとりができる。チャットはLINEなどを日頃から使用する若年層にマッチしたコミュニケーションとして注目の接客ツールだ。問い合わせのあった顧客の約5割がログインし、その6割はチャット機能を使うなど、顧客からは好評を得ている。「マイボックス」は紹介物件の整理や提出書類のやりとりなども一括して管理できるので利便性の向上にも役立つ。

e) オンラインのライブ中継内見システムは、現地に行けない事情がある顧客のために、室内に店舗スタッフが入りオンラインで部屋の内部を中継する。転勤や進学前の遠隔地の顧客にとっての利便性を向上させる仕組みである(2016年6月時点39店舗で実施)。

最先端技術とネットを活用した顧客サービス



出所：会社資料からフィスコ抜粋

業績動向

積極的な新規出店（10店）と営業費用抑制で3期連続増収増益

(1) 2016年3月通期の業績動向

2016年3月期通期の営業収益は9,306百万円（前期比7.4%増）、営業利益808百万円（同49.8%増）となり、営業収益・営業利益ともに過去最高を更新した。積極的な店舗展開が成長の原動力であり、店舗数は純増9店舗で152店となった。またリフォーム事業を開始したことも増収を後押しした。営業費用が93.8%（2015年3月期）から91.3%（2016年3月期）と2.5ポイント下がり、費用の抑制に成功したことが増益の一因となった。

2016年3月期通期業績

	2015年3月期		2016年3月期		
	実績 (百万円)	対売上比 (%)	実績 (百万円)	対売上比 (%)	前期比 (%)
営業収益	8,663	100.0	9,306	100.0	7.4
営業費用	8,123	93.8	8,498	91.3	4.6
営業利益	539	6.2	808	8.7	49.8
経常利益	901	10.4	1,078	11.6	19.7
当期純利益	476	5.5	630	6.8	32.3

出所：会社資料よりフィスコ作成

(2) 2017年3月期の計画

2017年3月期通期計画は、営業収益9,966百万円（前期比7.1%増）、営業利益854百万円（同5.7%増）を見込んでいる。8店舗の新規出店（撤退2店）により2017年3月期末158店舗体制とする。出店をあえて抑制し、成長ペースを落として人材の育成や店舗競争力の強化を行い、翌期以降の飛躍に備える。

2017年3月期通期業績予想

	2016年3月期		2017年3月期		
	実績 (百万円)	対売上比 (%)	予想 (百万円)	対売上比 (%)	前期比 (%)
営業収益	9,306	100.0	9,966	100.0	7.1
営業利益	808	8.7	854	8.6	5.7
経常利益	1,078	11.6	1,096	11.0	1.7
当期純利益	630	6.8	665	6.7	5.6

出所：会社資料よりフィスコ作成

(3) 財務状況

2016年3月期末の財務状況は健全である。2016年3月期末の総資産残高は、前期末比358百万円増の7,159百万円となった。主な要因は現預金の276百万円増や、営業保証金の160百万円増であり、新規出店を積極的に行ったためである。

負債は前期末比103百万円減の2,876百万円となった。主な要因は流動負債の112百万円減であり、未払い債務が減少したためである。短期借入金および長期借入金はゼロであり、無借金経営を推進する。

流動比率は229.0%、自己資本比率は59.6%と安全性の指標は顕著に高い。

貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	2015年3月期末	2016年3月期末	増減額
流動資産	5,023	5,268	245
(現預金)	4,272	4,549	276
固定資産	1,777	1,890	112
総資産	6,800	7,159	358
流動負債	2,413	2,300	-112
固定負債	565	575	9
負債合計	2,979	2,876	-103
純資産合計	3,821	4,282	461
負債純資産合計	6,800	7,159	358
<安全性>			
流動比率 (流動資産÷流動負債)	208.1%	229.0%	-
自己資本比率 (自己資本÷総資産)	56.1%	59.6%	-

出所：会社資料よりフィスコ作成

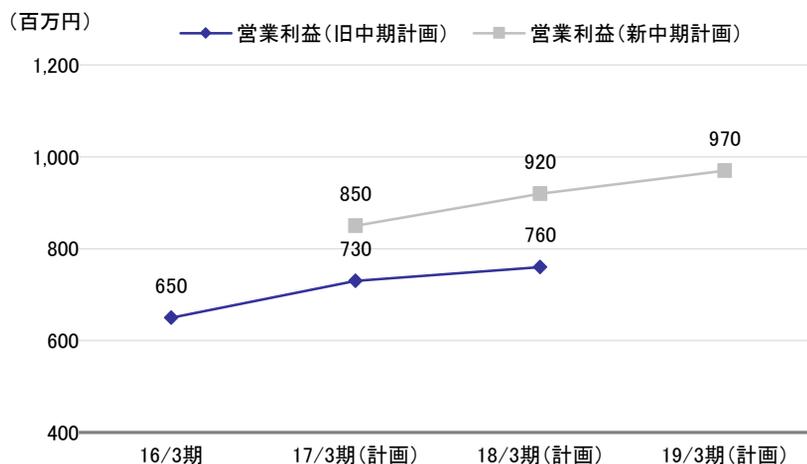
■成長戦略

3ヶ年の中期経営計画利益目標を初年度で達成し、新中期経営計画にシフト

(1) 新中期経営計画

同社は2017年3月期を初年度、3年後の2019年3月期を最終年度とする新中期経営計画を策定した。本来2016年3月期は旧中期経営計画の初年度であったが、最終年度の営業利益目標760百万円をクリアしてしまったため、急遽新しい中期経営計画が策定された。3年後の2019年3月期に営業収益で10,990百万円、営業利益970百万円、期末店舗数174店を目標としている。2016年3月期の実績と比較すると、営業収益(売上高)で1.18倍、営業利益で1.20倍、店舗数で1.14倍となる。過去2回の中期経営計画はいずれも前倒しに達成しており、今回もスピード達成を目指す。

中期計画における営業利益目標



出所：決算説明資料からフィスコ作成

新中期経営計画（2017年3月期～2019年3月期）

損益計画

(億円)

	2016/3期	2017/3期	2018/3期	2019/3期
	実績	予想	計画	計画
営業収益	93.0	99.6	105.4	109.9
営業利益	8.0	8.5	9.2	9.7
経常利益	10.7	10.9	11.7	12.2
当期純利益	6.3	6.6	7.1	7.4

出所：会社資料よりフィスコ作成

ハウスコム

3275 東証 JASDAQ

<http://www.housecom.co.jp/ir/>

2016年6月29日（水）

店舗数・仲介件数の計画

	2016/3期	2017/3期	2018/3期	2019/3期
	実績	予想	計画	計画
新規出店	10店	8店	10店	10店
退店	1店	2店	2店	2店
期末店舗数	152店	158店	166店	174店
仲介件数	68,593件	75,099件	78,900件	82,800件

出所：会社資料よりフィスコ作成

新中期経営計画では、旧中期経営計画の骨子を引き継ぎ、「賃貸サービス業として100億円企業の成長ステージへ」をビジョンに掲げる。4つの重点施策 1) 既存店の競争力強化、2) 新規出店による規模の拡大、3) 新商品・新規事業による収益源の多様化、4) 成長を支える内部体制により、競争力と成長力を兼ね備えた強い企業を目指す。

千葉県でリフォーム事業を開始、今後は各県に1ヶ所展開予定

(2) リフォーム事業などの進捗

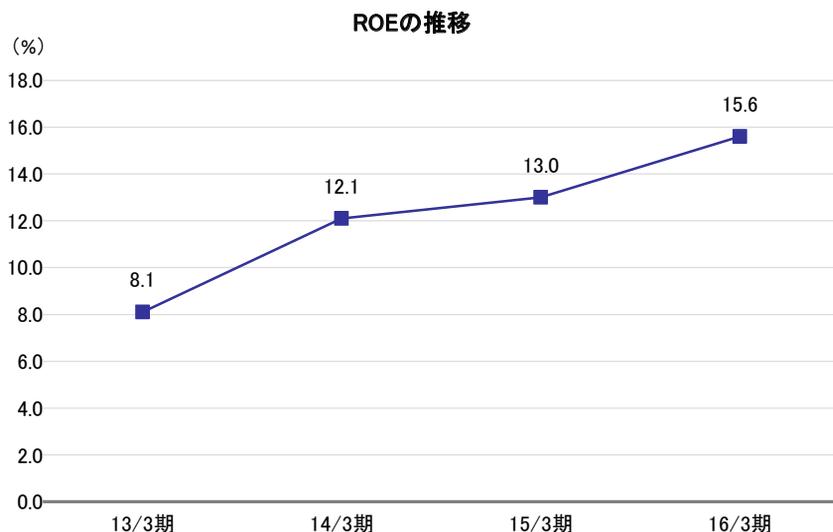
同社は2015年5月に千葉県船橋市に営業所を開設しリフォーム事業の一部内製化を開始した。家主向けサービスの一環であり、原状回復工事や小規模リフォームなどを行う。ノウハウの蓄積にはある程度時間がかかることを織り込んでいるが、日頃からの家主との接点もあり立ち上がりは順調、初年度売上高は175百万円となった。当面は進出している都道府県で各県1営業所体制を目指し、2ヶ所目は埼玉県川口市に開設した。賃貸仲介事業以外のサービスの柱の1つとしてじっくり育てたい考えだ。

家主向けの情報発信も積極的に行う予定だ。2016年2月に全国2ヶ所（東京、名古屋）で行った賃貸不動産経営セミナー「満室経営！内覧者の心を掴んで離さないカラーテクニク」は、カラーテクニクの専門家による実践的な内容で好評であった。参加者からの具体的なリノベーションの契約にも数件つながり、販促手法としてのセミナーの効果が検証された形である。これを受けて2017年3月期は月2回のペースで家主向けセミナーを継続し、リノベーション需要を掘り起こしたい考えだ。賃貸経営受託の最大手である大東建託グループの一員として、グループ内の連携やノウハウ相互利用なども考えられる。

ROE

経営効率を年々上げ、ROE15% 越え

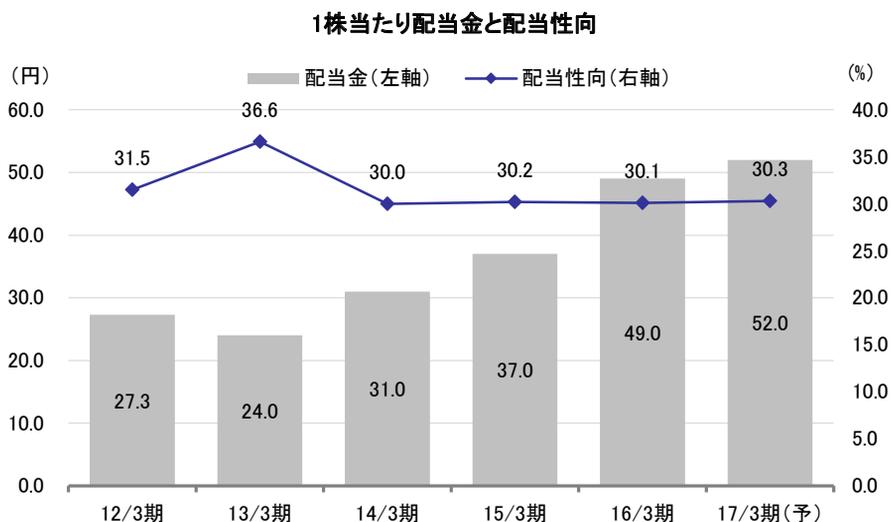
2016年3月期決算におけるROE（自己資本当期純利益率）は15.6%となった。現代表取締役社長の田村穂（たむらけい）氏が指揮を執り始めた2014年3月期からの3年間で7.5ポイント向上させたことになる。今後は高くなったROE水準をどう維持・向上させるかが注目される。



株主還元策

継続的な増配で株主還元

同社は、企業価値を継続的に拡大し株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」を継続してきた。2016年3月期の1株当たり配当金は年間49.0円（上期22.0円、下期27.0円）と3年連続となる増配を行い、配当性向は30%を維持した。2017年3月期もこの流れが続くと予想され、年間52.0円（上期26.0円、下期260円）、配当性向30.3%を見込む。



ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ